
Epistémologies imbriquées pour l'étude d'objet communicationnel

Intricated epistemologies in the study of the communicational object

Christelle Millet-Fourrier et Isabelle Comtet



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/communicationorganisation/5561>

DOI : 10.4000/communicationorganisation.5561

ISBN : 979-10-300-0146-4

ISSN : 1775-3546

Éditeur

Presses universitaires de Bordeaux

Édition imprimée

Date de publication : 1 juin 2017

Pagination : 107-122

ISBN : 979-10-300-0162-4

ISSN : 1168-5549

Référence électronique

Christelle Millet-Fourrier et Isabelle Comtet, « Epistémologies imbriquées pour l'étude d'objet communicationnel », *Communication et organisation* [En ligne], 51 | 2017, mis en ligne le 01 juin 2020, consulté le 02 janvier 2021. URL : <http://journals.openedition.org/communicationorganisation/5561> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/communicationorganisation.5561>

© Presses universitaires de Bordeaux

Epistémologies imbriquées pour l'étude d'objet communicationnel

Christelle Millet-Fourrier¹, Isabelle Comtet²

Introduction

Le parti pris français en sciences de l'information et de la communication d'une réflexion souvent centrée sur l'intra-organisationnel (Vacher 2009) et sur l'articulation ontologique entre organisation et communication (Fourrier, Martin-Juchat 2009) n'a pas toujours permis l'émergence de problématiques que d'autres disciplines comme la psychologie, les sciences de gestion ou la sociologie ont investies. Le thème de l'*organizing* fournit donc l'occasion idéale d'une « réparation » mais permet surtout de soulever de nombreuses questions épistémologiques relatives aux approches constitutives des organisations. En effet, si de nombreux chercheurs ont déjà pris la peine de souligner avec quelle insistance les recherches en communication organisationnelle tentaient de se démarquer d'approches positivistes (Girod-Séville et Perret 1999 ; Vacher 2009), peut-être n'ont-ils pas assez souligné que c'est aussi la représentation que le chercheur a de l'accessibilité de son objet de recherche qui impose la méthode retenue : en d'autres termes, si une majorité de chercheurs revendiquent en SIC une approche constructiviste ou interprétativiste, peut-être n'est-ce pas seulement en réaction au positivisme mais simplement parce que la nature et surtout la fonction même de leurs objets d'étude, inséré dans un contexte donné /et ou la représentation qu'ils s'en font, les conduit à privilégier le mode de l'interprétation ou de la construction dans la mise en forme de la connaissance plutôt que celui de l'explication. Pour autant, prendre en compte les principes sur lesquels une approche positiviste repose permettrait de gagner en compréhension. Nous employons ici le terme de compréhension par opposition à celui d'interprétation dans l'acquisition de la connaissance. C'est le cas pour notre objet, le lip-dub.

1 MCF, laboratoire du Gresec, communication des organisations, IUT2, département Techniques de commercialisation, Université Grenoble Alpes ; christelle.millet@iut2.univ-grenoble-alpes.fr

2 MCF HDR, équipe de recherche Sicomor, IAE de Lyon, communication des organisations et TIC, IUT Lyon 3, département Information/Communication, Université Jean Moulin ; Isabelle.comtet@univ-lyon3.fr

Vous avez dit Lip Dub ?

Dans sa traduction littérale, le lipdub signifie « lèvres doubler ». À la fois objet technique, communicationnel et social, il n'a cessé de gagner en notoriété dans le champ de la communication des organisations, au point de donner lieu à l'organisation de festivals, dont la variété des prix distribués, comme par exemple celui du meilleur teambuilding, atteste de la dynamique lancée. Depuis son apparition aux États-Unis grâce à la société Connected Ventures en 2007 jusqu'aux productions à succès plus récentes d'AOL, de Cegetel³, le lipdub s'est développé sur la toile et a gagné ses galons auprès des agences de communication qui tentent de le professionnaliser. Sa mise en œuvre sur le plan technique et son intégration dans une véritable stratégie de communication en font l'un des outils avec lequel la communication des organisations doit désormais compter. Ce type de récit est un clip vidéo mis en ligne sur la toile dans lequel les membres d'une organisation chantent sur une composition originale ou une reprise. Conjugué sur un mode qui veut apparaître comme spontané (le lipdub suggère l'imperfection pour ne pas tomber dans le paradigme publicitaire), immédiat (il veut « saisir » un instantané sur le lieu de travail) et placé sur le mode du volontariat (ceux qui osent l'extraversion), la réalité du lipdub est multiple (Bernard 2009) et offre, sur le plan scénographique notamment, des chorégraphies qui ne doivent rien à l'improvisation.

Si toutes les organisations peuvent prétendre à leur lipdub (l'effet de mode suscite la tentation), deux catégories principales émergent : les entreprises (particulièrement dans le secteur tertiaire avec une sur-représentation du secteur des médias et de la communication⁴) et les établissements d'enseignement supérieur de l'autre. Nous considérons ici prioritairement la première catégorie car c'est la tension entre le cadre de travail normatif et un mode d'expression rompant avec les codes habituels en vigueur dans l'entreprise qui nous interpelle. Le lipdub n'est pas seulement une énième forme de récit dont la principale qualité serait d'être nouvelle. En effet, il repose sur une distribution assez singulière du couple « réalité versus fiction » en montrant les locaux d'une organisation réelle avec de vrais salariés mais dans une mise en scène qui évoque plus la fiction que le documentaire. Il soulève donc des questions en tant que genre narratif bien plus complexe que le simple exutoire pour salariés auquel il s'apparente à première vue.

En effet, si les commentaires qu'il suscite à l'extérieur conduisent à présenter le lipdub comme l'étendard d'une organisation dont il serait un prisme communicationnel, on ne peut raisonnablement pas exclure qu'il soit instrumentalisé par les ressources humaines ou clairement utilisé comme un

³ Dans le secteur de l'enseignement supérieur, sensible à cette nouvelle pratique, quelques productions ont donné lieu à des buzz qui n'ont rien à envier à ceux d'entreprises privées, citons notamment le cas de l'IUT SRC de Rouen.

⁴ Observation réalisée à partir des lipdub présentés au festival du lipdub à Nice en 2009, 2010, et 2011.

outil de marketing corporatif. On hésite à l'envisager comme un simple support de communication, mais on peine aussi à le présenter comme une nouvelle forme de médiation entre l'organisation et ses acteurs, ou l'organisation et ses publics externes. S'agit-il d'un récit considéré comme une alternative à des prises de parole institutionnelle sanctionnées par le scepticisme et la désillusion ? Ou faut-il y voir une tentative de récupération par les individus de bulles « espace-temps », « de lieux de liberté interstitielle » (Carayol 2003), au sein de l'organisation, afin de combler des besoins que l'organisation ne peut plus ou ne veut plus satisfaire ? Pour répondre à ces questions, il nous faut alors construire notre objet.

Dans les faits, le lipdub est envisagé par les organisations comme un outil de communication utilisant ses propres codes linguistiques et langagiers : une chanson en français ou en anglais, ayant un rapport plus ou moins lointain avec le cœur de métier de l'entreprise. Une scénographie plus ou moins travaillée mettant en avant tout ou partie des employés à travers une gestuelle engageante et enjouée. Des images de l'entreprise choisies et mises en valeur. Bref une démarche discursive et langagière réfléchie mais proposée sur le mode de la pseudo-spontanéité, derrière laquelle il existe une réalité de communication indéniable.

Dès lors, quelle posture à adopter ? Comment clarifier les apports narratifs de cet outil de communication ? Comment envisager le lipdub en lien avec les concepts d'interaction, de relation, d'interprétation puisque nous parlons de communication ? Comment comprendre les apports dialectiques de l'organisation et du public à la construction de ce « discours » d'organisations ? L'intérêt d'un cadrage multiple est manifeste. Les fondements épistémologiques à envisager sont-ils celui de l'interprétativisme dès lors que l'on considère un projet qui porte un message ? Celui de l'interactionnisme puisqu'il s'agit également d'une co-construction d'une forme de réalité ? De l'*organizing* dans la mesure où l'on envisage une activité langagière comme un illocutoire organisationnel ? Et peut-on, enfin, pour dépasser les oppositions classiques qui ont toujours renvoyé face à face les tenants du positivisme et ceux du constructivisme, utiliser les principes du rationalisme et de l'empirisme pour éclairer notre objet sous toutes ses facettes ?

À l'instar des travaux de Loneux, Bourdin et Bouillon relatifs à l'Approche Communicationnelle des Organisations qui envisageaient d'aller au-delà de la cartographie descriptive et suggéraient un cadre intégrateur (Bourdin, Loneux et Bouillon 2007), nous proposons de montrer que le lipdub est un objet d'étude qui peut se lire à trois niveaux. Au niveau global de l'organisation, qualifié de politique par les tenants des approches communicationnelles des organisations. Le niveau d'analyse retenu est alors constitué par les messages produits, qu'il s'agisse de communication commerciale, institutionnelle ou d'une production symbolique et qui visent à tenir les acteurs « ensemble ». Dans ce sens, le lip dub engage la stratégie de l'organisation. Au niveau

méso, le lipdub met en œuvre une action collective et fait donc référence à la dimension processuelle de la communication et à sa capacité à structurer l'activité et à participer à la création de valeur ajoutée. Au niveau micro enfin, il implique d'être observé en tant que support de langage, l'attention étant portée sur les individus acteurs au travail et sur la dimension située de la communication.

Ainsi, il ne s'agira donc pas de se poser « en réaction à » ou « dans le prolongement de » mais bel et bien « à l'intersection de » ou « à égales distances de », partant du principe que l'on ne peut pas faire comme si l'une ou l'autre des trois postures épistémologiques évoquées plus haut n'existait pas (Allard Poesi, Perret 2002). La question est donc pour nous de comprendre comment des approches épistémologiques éloignées dans leurs fondements s'enrichissent de façon pertinente. On observera que ces postures épistémologiques s'imbriquent pour faire du lipdub un objet propre au langage, mais également au discours ainsi qu'à la communication. *L'organizing* apparaît comme un cadrage intéressant compte tenu de la nature de notre objet, bien que partiel au regard des questions qu'il soulève.

Une approche pluridisciplinaire de l'objet : une réalité à discuter

Imbrication des concepts et approche pluridisciplinaire de l'objet

Le fonctionnement des entreprises repose le plus souvent sur des choix organisationnels définis en fonction de stratégies économiques et financières. Derrière ce présupposé, « l'organisant » cherche parfois à mettre « l'organisé » au centre de la vie sociale interne en arguant de sa valeur pour l'efficacité et la performance de l'entreprise. Au moins à court terme. En filigrane d'un tel discours parfois démagogique ou clairement manipulateur, on distingue deux logiques, correspondant à deux approches disciplinaires qui ne s'opposent pas de notre point de vue, mais qui, bien au contraire, se complètent. D'une part, une logique de gestion : elle ne vise pas seulement l'analyse des organisations mais travaille aussi à l'amélioration de ses performances. Elle possède donc une dimension cognitive et opératoire. D'autre part une logique communicationnelle, qui étudie les processus relevant d'actions contextualisées, finalisées, prenant appui sur des techniques et sur des dispositifs. On voit dans ce rappel des enjeux que l'une et l'autre des approches s'interpénètrent et se mettent même au service l'une de l'autre, dans le sens où elles se complètent et elles se font écho.

Cette démarche dialectique entre sciences de gestion et sciences de l'information et de la communication, trouve son intérêt dans une réelle complémentarité sur le terrain : en effet, les sciences de gestion ont une certaine insuffisance à expliquer, à comprendre les phénomènes de travail, de coopération inter-organisationnelle à un niveau très opérationnel. De

fait, les sciences de gestion, dans leur genèse, ne s'intéressent pas, ou très peu, au fondement même de la coopération interpersonnelle, c'est-à-dire aux interactions. Or, la coopération est, nous le savons, fondamentale dans les organisations (Taylor 1993 ; prolongé par Cooren 2000). C'est bien la coopération entre acteurs qui développe les compétences collectives (Chédotel 2004) qui permettent à l'organisation d'être plus performante.

Dans cette perspective, il est pertinent de coupler acteurs (avec les sciences de la communication) et outils (avec les sciences de gestion) dans une forme organisationnelle soutenant la dynamique de coopération interne à l'entreprise. Ce qui n'est réalisable que sur du moyen-long terme dans la mesure où il s'agit de construire (de co-construire pour certains courants de gestion et de communication basés sur le constructivisme) un cadre d'échange commun et accepté de tous pour le fonctionnement quotidien des relations interpersonnelles à la source des interactions sociales.

Dans la même visée dialectique, on sait bien que les structures dépendent aussi, pour leurs transformations, des pratiques des acteurs (Robichaud 1998). Ces dernières se développent et arrivent à un équilibre grâce aux ajustements incessants dans l'organisation, entre hommes et normes, règles et valeurs qui guident l'action. Dès lors, la question du sens est posée : bien que guidées par la structure, à un niveau méso, les actions en mouvement dans le cadre de l'échange sont nécessairement l'objet d'interprétations. La communication en tant que vecteur donne un sens à l'action, non pas imposé *a priori* mais constamment retravaillé par celle-ci (Mondada 2005).

Cette dynamique interactionniste (Weick 1995) fondée sur la dynamique relationnelle, se développe donc également à un niveau micro. On rejoint ainsi la perspective structuraliste et structurationniste de l'entreprise, envisageant la communication comme vecteur organisateur (notamment par le biais du langage dont nous parlerons plus loin). Il nous paraît donc possible d'envisager les outils que les sciences de gestion développent comme de véritables moteurs potentiels de mise en œuvre d'un collectif plus large, et influençant tous les niveaux de l'organisation.

C'est pourquoi il nous semble que l'*organizing* peut servir à la fois les sciences de gestion et les sciences de la communication en étant à la fois un instrument de gestion et un mode d'action collective. Nous avons rappelé que les échanges interpersonnels et inter-organisationnels construisaient les interactions. Dans un tel processus, le langage est à considérer comme un outil de transmission et de création des connaissances (quand bien même il s'agirait d'objets symboliques, physiques ou d'artefacts porteurs d'un discours émanant de la structure au sens du structurationnisme), de la compréhension partagée, de la mutualisation des activités professionnelles qui bâtit un cadre d'action collectif dans lequel les pratiques humaines peuvent être influencées.

Ainsi, l'organisation se construit et émerge en quelque sorte de la communication (Cooren 2000). Dès lors, la coordination des activités et

des acteurs (et par extrapolation, probablement la coopération) repose sur un agencement des activités qui imbriquent des actes de langage et l'usage d'outils de gestion, au fil du temps.

En allant plus loin dans l'articulation des disciplines et des concepts communs au champ des sciences de gestion et des sciences de la communication, nous glissons de fait vers des fondements épistémologiques complémentaires. Nous avons souligné la nécessité et surtout la pertinence de la pluridisciplinarité pour l'étude et la compréhension des organisations. Partir du présupposé que des épistémologies, *a priori* très différentes, peuvent intelligemment se compléter participe du même principe. Là encore, cela suppose de savoir à quel niveau on se place pour regarder l'objet. De façon schématique, le positivisme, par le biais de l'empirisme, part du principe qu'un objet peut influencer la performance de l'organisation. Il s'agit d'expliquer la réalité d'un fait en éclairant un enchaînement de causes. Ici les outils de gestion sont à mettre en relation avec les éléments de la stratégie globale de l'organisation (quelles actions employer, avec quelle séquence pour améliorer la performance ?).

Néanmoins, en dépassant cette optique positiviste, les outils, mis en place par la structure au cœur du cadre d'échange, font l'objet d'interprétations multiples et se chargent ainsi de sens pour les acteurs qui s'en saisissent ou non. En ce sens, les sciences de la communication et certains courants des sciences de gestion offrent, par le biais de l'interprétativisme, de l'interactionnisme ou encore du constructivisme, une visée plus tactique centrée sur la recherche des finalités de l'action (quels moyens employer, pour quelles compréhensions des acteurs avec quelle performance pour l'entreprise ?) La compréhension des modes d'actions collectives s'en trouve améliorée.

Pour une posture épistémologique plurielle

Entre les postures radicales du doute conduisant à aborder tout objet de connaissance comme une interprétation parmi d'autres possibles et les postures qui considèrent qu'il existe une vérité des faits, le statut accordé à la connaissance et la posture de recherche qui en découle sont bien les premières questions sur lesquelles nous butons. Ceci est d'autant plus vrai qu'en sciences humaines, les questions à soulever semblent la plupart du temps bien moins sensibles qu'intelligibles, en quelque sorte constituées intellectuellement ou nécessairement à constituer.

S'agit-il alors de comprendre un objet de recherche, un fait brut ou, de manière distante, d'introduire le doute, le retour, sur ce même fait brut qu'une compréhension intuitive et immédiate n'a pas permis pleinement de saisir ? Comprendre renvoie à l'accomplissement effectif d'une opération cognitive alors qu'interpréter se distribue en différentes modalités (Thouard 2011). En effet, on peut envisager l'interprétation comme un détour nécessaire (Dilthey

1923) ou une étape indispensable pour passer de l'absence de compréhension à une compréhension effective. À partir des quatre questions mises en évidence par Kant dans sa critique de la raison pure et que Rowe reprend dans un travail colossal sur l'épistémologie de la recherche en systèmes d'information (Rowe 2002), nous devons donc partir de ces interrogations « basiques » pour tenter de dépasser les oppositions qui ont toujours animé les échanges entre les positivistes et les anti-positivistes. Quel est l'objet que nous cherchons à étudier ? Quelle est l'origine de nos connaissances sur cet objet ? Quelles sont les relations causales que nous cherchons à mettre en évidence ? Quelle méthode utiliser ? Des postures différentes conduisent à apporter des réponses divergentes à ces questions de fond. Il est donc nécessaire de les présenter avant de tenter non pas le mariage de raison mais le dépassement de leurs oppositions.

L'approche positiviste s'appuie sur deux courants différents, l'un qualifié de descriptif, l'autre considéré comme plus normatif (Monod 2002). Leurs principales caractéristiques sont respectivement pour le premier qu'il tire ses connaissances des règles expérimentales alors que le second se fonde plus volontiers sur un raisonnement logique. Le premier relève donc de l'empirisme – à partir d'une première observation « pour voir », on attend des faits qu'ils génèrent une « hypothèse-conjecture » – alors que le second relèverait plus du rationalisme. La nuance entre les deux, bien qu'ils soient issus du même courant est que l'objet de recherche peut apparaître comme donné par l'intellect (intelligible) du fait qu'il résulte de la déduction à partir de l'hypothèse alors qu'il prétend en fait décrire le monde. L'objet est déduit de la loi logique, et le produit de cette déduction est accessible au sens. « L'induction est constituée par le parcours des cas en tant que moyen nécessaire à la représentation de la nécessité du rapport causal, alors que cette nécessité était déjà contenue dans le premier cas, mais on n'était pas parvenu à l'isoler nettement » (Dilthey 1923 : 117).

Face au positivisme, trois perspectives se sont démarquées par leur antipositivisme, regroupées parfois par facilité dans une catégorie qualifiée de socioconstructiviste : l'interprétativisme, le structuralisme radical et la théorie sociale critique. Les associer ou les présenter de manière groupée est évidemment réducteur et nous ne prétendons pas ici rendre compte de la richesse des analyses auxquelles elles ont conduit. Cependant, toutes ont en commun de penser la connaissance par des signes, donc à partir de données indirectes, qui impliquent de devoir les interpréter pour reconstruire du sens, ou « le » sens. Si l'objectivité est un leurre et si, particulièrement en sciences humaines, nous avons affaire à des objets qui dépendent bien des visées intentionnelles des différents acteurs qui les mettent en œuvre et qui pourtant ne sauraient s'y réduire, il y a bien là un domaine de la signification à la fois dépendant et indépendant des actes qui le produisent. Cette dimension a souvent été approchée par l'expression d'esprit objectif ou d'ontologie sociale

qui désignent bien le paradoxe des formations de sens dont l'existence semble s'être rendue indépendante de leur genèse et qui n'ont cependant d'autre être physique que les supports sensibles par lesquels ils s'inscrivent dans le monde (Thouard 2011).

En conséquence, quels sont les enseignements que nous devrions tirer d'un tel pluralisme ? Le lipdub est à la fois un produit technique et un ensemble de représentations : nous devons bien le définir à partir d'une définition pluraliste. On peut suivre le chemin de la compréhension et tenter de s'appropriier les intentions des acteurs à travers les lipdub envisagés alors comme reconstitution narrative de l'action et de l'organisation (intentions des initiateurs du projet, intentions des acteurs du projet). Mais on peut suivre aussi simultanément une interprétation contextuelle et aborder le lipdub à travers la question de l'enjeu de pouvoir pour les « organisants ». Du fait de cet enjeu, il peut y avoir rupture de la volonté de communication (au sens d'intercompréhension). Le lipdub est donc totalement déterminé au sens des innombrables contraintes de son contexte ainsi que des conflits dont il est l'objet et l'instrument : conflits entre salariés, entre salariés et direction. Mais il est bel et bien, dans le même temps, totalement libre au sens de la théorie de l'interprétation : chaque acteur, et même chaque spectateur, étant producteur de l'histoire. Enfin, chaque acteur peut réagir par rapport aux interprétations objectivantes et aux contraintes qui pèsent sur eux. Chaque acteur peut réinterpréter ces déterminations et les inclure dans une nouvelle signification qui rend son comportement d'autant moins prévisible.

Du positivisme à l'*organizing*: une suite finalement logique

Fonction stratégique du lipdub et approche positiviste

En partant des principes positivistes, on peut envisager le lipdub comme un objet qui a une existence ontologique, ainsi qu'une structure formelle. Cette existence est déterminée par un ensemble de lois et se construit donc en fonction de règles « dites naturelles ». L'objet existe indépendamment de l'observateur, la représentation qu'on en donne est la matérialisation objective de sa structure et l'on peut donc construire des hypothèses et obtenir des résultats par déduction. Il s'agit ici d'évoquer le lipdub sous l'angle de la performance de l'entreprise, la communication étant considérée alors comme un des facteurs qui y contribue, dans une vision mécaniste.

Dans cette perspective gestionnaire, pour être réussi, le lipdub doit plaire aux publics externes et mobiliser les salariés en interne. La narration est envisagée comme un outil de gestion symbolique et sans aller jusqu'à la présenter comme l'expression de l'idéologie de l'entreprise, elle est bel et bien destinée à orienter les comportements. Par ailleurs, on peut faire l'hypothèse qu'elle rend plus concrète une vision de l'entreprise qui pourrait paraître

trop abstraite à certains publics. Pris sous cet angle, la narration est qualifiée d'efficace lorsqu'elle est persuasive et qu'elle peut favoriser l'implication de celui qui en est le destinataire. Pour ces gestionnaires, le lipdub serait un outil d'intervention parmi d'autres : on est donc clairement dans une acception utilitariste et instrumentale de la narratologie, la question de la réception devant être conjuguée sur le mode interne comme sur le mode externe, par exemple dans les questions de réputation ou de capital-image de l'entreprise. Le lipdub serait alors un outil de relations publiques, au sens où Bernard Floris l'évoquait déjà au début des années 2000 en identifiant la communication des entreprises au développement des relations publiques généralisées (Floris 2001).

Soulignons au passage que nous retrouvons, dans une certaine mesure, une perspective fonctionnaliste bien connue en SIC qui légitime notre souhait d'une approche croisée et nous rapproche, dans cette perspective épistémologique, du rationalisme. Pour le fonctionnalisme en effet, le lipdub est considéré comme une réponse aux besoins de l'organisation et valide indirectement le propos suivant lequel la fonction crée l'organe, nous dirions ici, « crée l'outil ».

Principes constructivistes et interprétativistes

Dans la logique du point précédent, la narration, notamment *via* le lipdub, est donc le centre nodal de la performance des organisations. Mais en allant plus loin, les relations qui existent entre les individus à partir de leur communication verbale et non-verbale créent des interactions dites symboliques qui construisent la réalité et interfèrent dans la production de valeur ajoutée. Nous sommes là au sein d'un paradigme interprétatif dans lequel les acteurs sont en interaction de façon quotidienne. Ces interactions, particulièrement au sein des organisations, véhiculent, transmettent du sens auquel les acteurs se réfèrent pour générer des actions en retour. Dans cette optique, les liens avec les approches constructivistes sont très étroits. L'approche constructiviste met en avant l'activité et la capacité inhérente à chaque sujet qui lui permettent d'appréhender la réalité qui l'entoure. Cette réalité est donnée par le contexte. Le constructivisme suppose que les connaissances de chaque sujet ne sont pas une simple « copie » de la réalité, mais une « (re)construction » de celle-ci. Le constructivisme s'attache à étudier les mécanismes et les processus permettant la construction de la réalité chez les sujets. Cette construction a lieu dès lors qu'il y a partage de sens, intelligibilité entre acteurs. Les interactions sont donc fondamentales pour cela.

C'est tout à fait le cas ici. Le lip dub est ainsi envisagé comme un véritable moyen de communication qui fait partie intégrante du processus d'interaction entre les individus dans la formation des significations (Blumer 1969). C'est un moyen de communication qui véhicule un message : celui des

salariés, de l'organisation ou des deux. C'est bien le lipdub en tant qu'objet de communication qui amorce (ou non) la communication interpersonnelle. Ensuite le langage, verbal ou non-verbal, symbolise cette signification que les acteurs souhaitent y apporter. Enfin, les interactions nées grâce cet instrument de communication, permettent aux acteurs de (re)construire éventuellement le sens symbolique de cet objet en s'appropriant cet outil et en créant leur réalité plutôt que celle imposée par l'organisation. Nous sommes donc bien ici dans un processus interactionniste issu de la mise en œuvre d'une communication décidée par l'organisation. L'organisation peut ainsi se concevoir comme une matrice dynamique qui véhicule des pensées : celles des « organisants », celles des « organisés », et finalement celles de tous les acteurs du système. Il est donc primordial d'avoir un cadre de partage de pensées et de significations. Dès lors, le lipdub peut être proposé aux acteurs internes dans le sens d'un nouveau symbole de l'organisation qui (co-)construit de la signification en incitant les acteurs de l'organisation à interagir pour et dans un projet.

Dans une perspective interprétative où l'organisation est entendue comme un univers subjectif, le lipdub peut alors être décodé comme un cadre d'interprétation à travers lequel les actions prennent sens. Les chercheurs qui ont adopté cette posture dans l'étude de la narration se sont intéressés principalement aux valeurs et aux significations partagées par les membres de l'organisation (Jones 1991, Meyer 1995). Notons ici que deux pôles opposés peuvent être identifiés (Giroux, Maroquin 2006). D'un côté, les partisans d'une approche où la narration est ce qui crée l'unité au sein de l'organisation. De l'autre, ceux qui contestent cette vision unitaire de la culture et qui voient dans la narration le reflet de conflits ou de contradictions internes à l'organisation. Dans cette perspective, le lipdub peut servir de support à la représentation des fantasmes d'un groupe. Si l'on reprend les principes constructivistes que sont la représentabilité du réel, – le lipdub et l'organisation sont donc une représentation du monde – et si l'on considère que le lipdub et l'organisation fonctionnent selon la finalité et l'intentionnalité des acteurs, alors l'interaction objet/sujet constitue la représentation de l'organisation ou du lipdub étudié. La représentation de l'organisation et du lipdub est subjective et doit donc être argumentée pour être plausible. Un lipdub est-il un objet qui existe réellement dans le monde physique ou au contraire est-on en train de constituer un objet de recherche qui va permettre de discerner quelque chose ? Envisager la fonction tactique du lipdub à travers une approche interprétativiste et interactionniste, c'est considérer une organisation comme un système d'interactions sociales destiné à créer, échanger et interpréter des significations. Cette perspective utilise principalement l'interprétation (herméneutique) de Ricœur et la définition de l'efficacité est ici l'amélioration de la créativité et du partage de significations. Dans cette perspective, le lipdub est clairement un objet social. Mais ce n'est pas non plus un miroir de la réalité comme nous l'envisagions dans le fonctionnalisme.

Le langage, l'*organizing* et le lipdub

Nous avons évoqué à plusieurs reprises la nécessité et la pertinence de travailler les objets d'étude à partir de points d'ancrages pluridisciplinaires, tant sur le plan épistémologique que sur le plan conceptuel. L'idée ici sous-tendue est bien que selon la focale utilisée pour comprendre l'objet, une complémentarité des approches paraît incontournable. Le lipdub peut être envisagé d'un point de vue stratégique comme un objet faisant partie d'un plan d'actions déterminées permettant à l'organisation de développer une stratégie en vue d'améliorer la performance de l'entreprise. Nous sommes là dans une perspective positiviste de l'organisation. Un « cran » au-dessous, une approche plus « tactique » utilise le lipdub comme outil de mise œuvre de la stratégie de l'organisation, optant pour une épistémologie resserrée autour des interactions, du sens, et de l'action collective comme moteur de l'action. Si l'on pousse un peu plus loin la démarche, nous pouvons envisager une granularité supplémentaire au lipdub en l'appréhendant sous l'angle du support communicationnel, donnant une place que nous souhaitons volontairement prépondérante, à l'*organizing* en tant qu'approche processuelle de l'organisation (Taylor, *et al.*, 1996). Les années 80 ont marqué un tournant dans la façon d'aborder les organisations. Notamment, l'organisation peut être appréhendée au prisme de la communication (Taylor, Robichaud, 2004) et/ou des interactions. Dès lors, l'idée d'*organizing* abordé par Weick (1979 : 1) met l'accent sur la définition des organisations comme « *process which create, maintain and dissolve social collectivities, that these processes constitute the work of organizing and that the ways in which these processes are continuously executed are the organization* ». Ainsi, du processus d'*organizing* devrait émerger un sens partagé. Nous sommes donc dans une approche interprétative où la conception épistémologique qui a trait à l'organisation souligne la création d'un espace symbolique construit par des signes où des individus réinventent la réalité par et à travers des actions de communication (Fairhurst, Putman, 2001). Nous sommes tout à fait dans ce cadre-là en évoquant le lipdub. Ce support communicationnel mis en place par l'organisation favorise la création (plus ou moins artificielle) d'un cadre symbolique dans et par lequel les acteurs jouent une réalité. Cette action est aidée en cela par la communication non-verbale (gestuelle et mise en scène) et par la musique (et ses paroles dans la plupart des cas) qui fournissent autant de signes propices à l'interprétation du message et à la définition d'une forme organisationnelle.

Dans le même temps et parallèlement, c'est bien la dynamique des processus d'interprétation qui fonde l'organisation (Weick 1995, 2001). Ainsi, le lipdub sert de cadre d'échange au sein duquel l'organisation prend forme dans la mesure où les acteurs « donnent du sens » (dans l'acception « *sensmaking* ») et que ce dernier devient moteur de l'action. Au cours du déroulement d'une activité, les acteurs échangent des informations, s'organisent, signifient leurs

intentions, interprètent et essaient de comprendre celles du partenaire, essaient d'atteindre un accord qui leur permettra d'élargir, ne serait-ce qu'un peu, leur champ d'autonomie et d'action. Le langage est ainsi non seulement un système social de signes pourvu d'une certaine structure mais il est encore un « instrument » (Caron 1989). Autant, si ce n'est plus que les interactions non-verbales, les interactions langagières sont au cœur de la plupart des activités professionnelles, en présentiel ou à distance. Le lipdub est donc plus encore qu'un simple support permettant de mettre en œuvre une tactique au service d'une stratégie organisationnelle dans la mesure où il véhicule un discours au sens d'Alversson et Karraeman 2006) : créer un lipdub est un support facilitant, favorisant, développant les interactions interpersonnelles autour du projet, ce qui permet, par le biais de méthodes sémiotiques, narratologiques, ethnométhologiques ou encore sociolinguistiques, de capturer, de s'emparer des événements, d'actions, de moments organisationnels. Au sens du Discours (avec un grand « D »), le lipdub a une fonction de support des relations de domination et de contrôles de la structure sur les acteurs : il y a finalement peu de place laissée à l'improvisation dans ce cadre d'échange très balisé par l'organisation. Nous nous situons là dans une vision post-moderne du langage (Alversson et Deetz, 1996) qui reste pour nous un complément des approches interprétativistes et interactionnistes sous-tendues par l'*organizing* qui envisage un autre point de vue de la compréhension de l'objet.

Pris sous l'angle de la parole, du point de vue de Gramaccia (2001), les actes de parole produisent aussi ce que l'on peut appeler un « illocutoire organisationnel » entre acteurs qui échangent selon les pratiques organisationnelles. L'acte de langage peut, dans certains cas, créer la structure de l'activité en même temps qu'elle l'énonce. Le terrain évoqué par l'auteur est celui du fonctionnement des équipes projets, dans le cadre des environnements collaboratifs : mus par la nécessité de production, les acteurs sont « obligés » de communiquer. Le besoin fondamental de cohésion des acteurs est la garantie du succès des relations humaines développées pendant la durée de vie du projet pour faciliter la convergence des savoirs, pour expliquer et partager des informations. L'illocutoire permet ainsi de donner du sens, du narratif à l'histoire de l'entreprise. Le narratif construit la cohésion entre les individus, leur fait revivre les succès et les échecs pour renforcer l'esprit d'équipe. C'est bien ce que tente de jouer l'organisation sur un plan stratégique, tactique et langagier en incitant (ou imposant) la création d'un lipdub.

Conclusion

L'*organizing* favorise une compréhension partagée du contexte d'action ; notamment au regard des informations, commentaires, opinions qui y transitent. Car s'il est essentiel que les acteurs aient accès au même contexte d'action, il est également primordial, du point de vue cognitif, d'en avoir la même compréhension (Dumazeau, Karsenty 2008). À cet égard, la

communication langagière, qui trouve son origine au sein des différents contextes individuels, prend tout son poids. Elle favorise (Clark et Marshall) la coprésence linguistique (liée à tout fait évoqué oralement au cours d'une conversation verbale) et le sentiment d'appartenance à une même communauté (à chaque communauté culturelle, scientifique, familiale etc. correspond un ensemble de connaissances partagées, linguistiques, épisodiques etc.). C'est bien sur cette même communication langagière que repose la coordination des capacités relationnelles et sociales des acteurs. Dès lors, en se focalisant sur la compréhension du contexte d'action individuelle, on observe que ce type d'activité favorise dans le même temps les échanges et la reconfiguration des relations. À cet égard, la notion que développe Engestrom (2008) est éclairante (knotworking). Elle met l'accent sur ce qu'il nomme le « travail en nœud ». Il s'agit de faire coopérer des acteurs hétérogènes autour de projets plus ou moins ponctuels : ici un lipdub. Dans cette perspective, la problématique développée ci-dessus est tout à fait cohérente. Il s'agit bien de créer des structures relationnelles flexibles en fonction des projets de l'organisation. La coopération y est essentielle. Le langage, primordial. Une possible organisation émerge alors, dès que des acteurs ont un intérêt mutuel à coopérer. La communication établie est déjà en soi une création, un échange de valeur. Dans ce sens, on peut dire que la conversation génère l'organisation (Taylor 1993).

Le lipdub est un objet d'étude discursif, langagier et communicationnel. L'*organizing* à lui seul ne suffit pas. Il suppose une approche épistémologique interdisciplinaire. C'est dans cette perspective que nous avons souhaité inscrire notre contribution. En effet, à partir d'un objet, le lipdub, que nous avons choisi d'envisager en tant que pratique sociale innovante mais aussi en tant que produit de communication fini, nous avons voulu montrer que l'interdisciplinarité est induite par la nature même de l'objet (et par voie de conséquence par ses fonctions) ainsi que le contexte dans lequel il se développe. Cette posture nous semble d'autant plus cohérente que l'un des principaux questionnements liés aux Sciences de l'Information et de la Communication est celui de la définition-même du champ disciplinaire (Delcambre 2007). Les recherches en SIC permettent de bâtir une épistémologie de la communication qui favorise l'analyse, la compréhension et l'accès aux connaissances du monde qui nous entoure. À ce titre, les paradigmes scientifiques jusqu'alors utilisés (Wolton va jusqu'à parler à propos de ces derniers de « ghettos ») doivent être en rupture pour faciliter l'accès à de nouveaux territoires de recherches et à leur mise en sens rigoureuse. L'objectif scientifique est ainsi d'essayer d'élaborer des modes de réflexion basés sur l'interdisciplinarité en cohérence et en pertinence avec des objets eux-mêmes complexes en permanente évolution. Si, dans les années 80, les Sciences de l'Information et de la Communication se focalisaient sur les pratiques, les politiques et les stratégies de communication en jeu dans les organisations, il s'agissait de le faire de façon modélisée en prenant en

compte des théories générales de l'Information et de la Communication, sans considérer (ou très peu) les spécificités organisationnelles. Au fil des années, un cadre d'analyse de la communication organisationnelle s'est construit et ce positionnement est aujourd'hui reconnu comme pertinent par une partie des chercheurs en 71^e section. C'est bien la possibilité de ce regard scientifique multiple ou décalé sur la communication des organisations qui permet différents points d'ouverture heuristique et de compréhension nouvelle sur les phénomènes collectifs en jeu dont le lipdub est, entre autres pratiques sociales et produits de communication innovants, le symptôme.



BIBLIOGRAPHIE

ALLARD-POESI F., PERRET V., 2002, Peut-on faire comme si le post-modernisme n'existait pas ? in *Questions de méthode en sciences de gestion*, chapitre 10, 255-291.

ALVESSON M. KÄRREMAN D., 2000a, Taking the Linguistic Turn in Organizational Research, *The Journal of Applied Behavioral Science*, 36(2), 136-158.

ALVESSON S., DEETZ M., 1996, Critical Theories and Postmodernism Approaches to Organizational Studies, in Clegg S. R., Hardy C., NORD W. R. (eds.), *Handbook of Organization Studies*, SAGE Publications, 191-217.

BERNARD B., 2010, Le lipdub, entre réalité et fiction, CNR-IUT 2010, Angers.

BOUILLON J.-L., BOURDIN S. et LONEUX C., 2007, Construire des approches communicationnelles des organisations dans les recherches francophones, concepts, méthodes, institutions, *Revue Communication et Organisation*, n° 31, Bordeaux.

Voici le titre sur C&O 31 : De la communication organisationnelle aux « approches communicationnelles » des organisations : glissement paradigmatique et migrations conceptuelles

CARAYOL V., 2003, Parlez moi d'humour : rire et parodie dans les organisations, in co-exister dans les mondes organisationnels, l'Harmattan Paris. Voir ci-dessous (WEB)

CARAYOL V., 2003, « Parlez-moi d'humour, rire et parodie dans les organisations » in GRAMACIA G., GARDÈRE E., *Coexister dans les mondes organisationnels*, Paris, L'Harmattan.

CARON J., 1989, Précis de psycho-linguistique, PUF, Paris.

CHÉDOTEL F., 2004, Avoir le sentiment de faire partie d'une équipe : de l'identification à la coopération. *M@n@gement*, 7: 3, 161-193.

CLARK H. & MARSHALL R. C., 1981, Definite reference and mutual knowledge. Elements of discourse understanding, Jushi S. & Weber (eds.), p. 10-63.

COOREN F., 2000, The Organizing Property of Communication, Amsterdam & Philadelphia, John Benjamins. Publishing Company.

DELCAMBRE P., 2007, Un état des recherches sur les communications organisationnelles en France, l'âge de la transmission ? Geriico, Lille 3.

DUMAZEAU C., KARSENTY L., 2008, Améliorer le contexte mutuellement partagé lors de communications distantes avec un outil de désignation, in *Le travail humain* n° 3, Paris, p. 225.

ENGESTROM Y., 2008, « Quand le centre se dérobe : la notion de knotworking et ses promesses », in *Sociologie du travail*, n° 50, 303-330.

FLORIS B., 2001, Communication et gestion symbolique dans le marketing, les Enjeux, Gresec.

GIROUX N., MARROQUIN L., 2006, l'approche narrative des organisations, in *Revue Française de Gestion*, 159, Paris, p. 15-42.

GRAMACCIA G., 2001, Les actes de langages dans les organisations, *Communication des Organisations*, Travail social, Paris. Ci-dessous, références vérifiées sur le WEB

GRAMACCIA G., 2001, *Les actes de langage dans les organisations*, Paris, L'Harmattan, 287 p.

MONDADA L., 2005, *Chercheurs en interaction. Comment émergent les savoirs*, Lausanne, Presses Polytechniques et Universitaires Romandes, 141 p.

MONOD E., 2002, Epistémologie de la recherche en systèmes d'information, in *Faire de la recherche en systèmes d'information*, Éditions Vuibert, FNEGE, Université de Nantes.

PUTNAM L. L., FAIRHURST G. T., 2001, Discourse Analysis in Organizations, In Jablin FM, Putnam LL (eds) *The New Handbook of Organizational Communication*, Thousand Oaks, Sage, p. 78-136.

ROBICHAUD D., 1998, *Au-delà de l'action et de la structure : traduction, réseau d'actants et narrativité dans un processus de discussion publique*, Thèse de doctorat en communication, Université de Montréal, Canada.

TAYLOR J. R., 1993, La dynamique de changement organisationnel, une théorie conversation/texte et ses implications, *Communication & Organisation*, n° 3, mai.

TAYLO J. R., COOREN, F., GIROUX N & ROBICHAUD D., 1996, The communocational basis of organization: between the conversation and the texte, *Communication theory* 6 (1), 1-39. (ajout d'après site de l'auteur, Cooren F.)

THOUARD D. (éd.), 2011, *Herméneutique contemporaine: comprendre, interpréter, connaître*, Paris, Librairie philosophique J. Vrin, 380 p.

VACHER B., 2009, Articulation entre communication, information et organisation en SIC, *Revue en ligne, les enjeux*, octobre.

WEICK K. E., 1995, *Sensemaking in Organizations*: Sage Publications.

Résumé : À partir d'une technique de communication (appelée lipdub) apparue récemment dans les organisations, nous avons voulu montrer que l'interdisciplinarité induite par la nature même de certains objets (et par voie de conséquence par leurs fonctions) ainsi que le contexte dans lequel ils se développent imposent de se placer sur le « barycentre » de la figure qu'au moins trois postures différentes nous obligent à tracer : le positivisme, l'interprétativisme, et enfin le constructivisme. En effet, si l'*organizing* favorise une compréhension partagée du contexte d'action, notamment au regard des informations, commentaires, opinions qui y transitent, la nature même du lipdub oblige le chercheur à se situer volontairement à l'intersection des sciences de gestion et des

sciences de l'information et de la communication, constituant ainsi un nouvel exemple du plaidoyer pour une épistémologie plurielle à laquelle de nombreux chercheurs appellent.

Mots-clés : épistémologie, interdisciplinarité, imbrication.

Abstract: *From a technical support (called lipdub) appeared in organizations, we wanted to show that interdisciplinary induced by the objects (and in terms of their functions and nature) as well as the context in which they are developed require us to consider positivism, interpretivism and finally constructivism. Indeed, if the organizing promotes a shared understanding of the context of action, particularly with regard to information, comments and opinions, the nature of the lipdub forces researchers to voluntarily place themselves at the intersection of management science and information and communication sciences. The aim seems to be to constitute another example of advocacy in a pluralistic epistemology that many researchers propose.*

Keywords: *epistemology, interdisciplinarity, imbricating.*